

Das Orchester für mehr Aufmerksamkeit



- klingt oft hysterisch schrill
- mal zu laut, mal zu leise
- oder wild durcheinander
- hat selten Wohlklang



Klassische Werbung, Social Media Aktionen, Pressearbeit und PR sind Instrumente des Marketings, die wenig unterschieden und oft planlos vermengt werden.

Das Orchester für mehr Aufmerksamkeit bedarf einer Strategie mit erfahrenen Dirigenten*innen, damit kein Lärm, sondern harmonischer Wohlklang die Zielgruppen erreicht.



Wir unterstützen Sie!

www.avtp.de

Werbung in all seinen Facetten ist heute die größte Herausforderung für das Handels- und Dienstleistungsgewerbe



Im digitalen Zeitalter ist es schwierig geworden, die passenden Werbemaßnahmen festzulegen. Ohne Strategie verpuffen kostbare Anzeigen, Artikel, Bilder und Videos. Ein relevanter Faktor macht die Wahl der Mittel schwierig: Der jeweilige Erfolg einer Maßnahme ist selten konkret messbar. Henry Ford drückte es einst sehr treffend aus:

„Ich gebe jedes Jahr Millionen für die Werbung aus. Die Hälfte davon hätte ich auch zum Fenster rauswerfen können. Wenn ich nur wüsste welche.“



PR

Öffentlichkeits- und Pressearbeit.

Clevere PR zu planen und platziert umzusetzen ist eine Kunst. Der werbende Inhalt soll nicht sofort erkennbar sein, sondern unaufdringlich wirken. Sponsoring ist ebenfalls ein PR-Faktor und schon mit kleinem Investitionen lohnend. Für Filmproduktionen sind Produktplatzierungen das probate Mittel strategischer PR.

In der Öffentlichkeitsarbeit nutzt man "Storytelling", was so alt wie die Werbung selbst ist. Im besten Fall sind die Geschichten oder Nachrichten des Storytellings so faszinierend und interessant, dass sie einen Fernseh- oder Hörfunkbericht wert sind und von Printmedien aufgegriffen werden. Auftritte von Experten in Talkshows oder anlässlich bestimmter Ereignisse in bestimmten Formaten kann gleichfalls eine PR-Aktivität mit diskret werbenden Charakter sein. PR ist effektiv. Zudem können die Ergebnisse langfristig werbend eingesetzt werden.



Erfolgreiche PR ist kein Spurt, sondern ein Marathon.

Für Konzerne und finanzstarke Firmen sind eigene PR- und Presseabteilungen selbstverständlich, die meistens noch von einer PR-Agentur zusätzlich begleitet werden.

Kleinere Unternehmen sowie Start-ups und Freiberufler können sich diesen Aufwand selten leisten. Daher bieten wir nun preiswerte Inhouse-Workshops an. **Wir machen Sie und Ihre Mitarbeitenden fit für den Start des PR-Marathons.** Hierfür analysieren wir bei Ihnen vor Ort die strukturellen Möglichkeiten und finden Ihre Themenschätze. Gleichwohl vermitteln wir Ihnen die Grundsätze cleverer PR und organisieren mit Ihnen die ersten Umsetzungen.

Inhouse-Workshops in Ihrem und deinem Unternehmen:

PR, Öffentlichkeits- und Pressearbeit: Struktur, Strategie, Praxis

In diesem Workshop analysieren wir mit Ihnen vor Ort ihre individuellen Möglichkeiten für eine breite Öffentlichkeits- und Pressearbeit. Inhalte:

- a) Strategie und Taktik. Aufbau langfristiger PR mit geplanten Maßnahmen. Print, Social Media, Hörfunk, TV und Events.
- b) Bedeutung von PR und Advertorials. Welche Medien und Zielgruppen sind für mein Unternehmen relevant? Wie erreiche ich welche Medien für meine Pressearbeit? Aufbau, Personal, Arbeitsweise und die Entwicklung einer langfristigen Strategie. Individuell starten wir gemeinsam die ersten Aktivitäten.

Workshop, 2 Tage vor Ort plus spätere Unterstützung per Chat, E-Mail und am Telefon. Leistungspreis: 2.100,-- Euro zuzüglich anfallende Reisekosten. Durchführung: Andreas Vones, AV TEAM PRESS.

Storytelling verstehen und lernen

Was ist Storytelling und wie geht das? Welche Geschichten und Nachrichten sind relevant, womit erreiche die größtmögliche Aufmerksamkeit? Authentische Geschichten mit informativer, faszinierender und berührender Nähe zur Zielgruppe ohne deutliche Werbung sind erforderlich. Im besten Fall kreiert man verschiedene Storys und bindet die Zielgruppen ein.

Gemeinsam analysieren wir die Möglichkeit individueller Geschichten, finden Themenschätze und formulieren die Inhalte mit abschließender Festlegung der Platzierungsstrategie, Text und Audio Vision. Online, Print, Radio und TV.

Workshop: 1,5 Tage intensiv vor Ort, plus spätere Unterstützung per Chat, E-Mail und am Telefon. Leistungspreis: 1.700,-- Euro zuzügl. Reisekosten. Durchführung: Andreas Vones, AV TEAM PRESS

In Hamburg und Berlin fallen keine Reisekosten an.



Public Relations & Communications
Consultant. Storytelling Experts.
Social Media, Print, Hörfunk und TV

*Stauen, berühren und faszinieren. Informieren, unterhalten und erinnern.
Kommunikation ist meine Profession !*

Andreas Vones kennt das Mediengeschäft seit 1980 in allen Genres und Erscheinungsformen. Als Reporter setzte er fesselnde Reportagen um. Nach 12 Jahren als Fotojournalist für namhafte Magazine, Agenturen und Zeitungen wurde er Ressortchef "Deutschland" bei der seinerzeit größten aktuell produzierenden Nachrichten- und Reportageagentur "action press" in Hamburg. Schrittweise ergaben sich neben journalistischer Arbeit schon PR-Herausforderungen sowie die inhaltliche und grafische Gestaltung von hochwertigen Kundenmagazinen. 2001 erwarb die Moritz-Hunzinger-Informations-AG die Agentur action press.



Seit 2002 bietet Andreas Vones AV TEAM PRESS PR-Service an. Zunächst noch parallel zu journalistischen Produktionen entwickelte sich Public Relations zum Kerngeschäft mit einer stetig steigenden Kundenzahl aus den Bereichen Tourismus, erneuerbare Energie, E-Commerce, Technik, Agrar- und Nahrungsmittel, Gesundheit sowie aus anderen Branchen. Auch PolitikerInnen der Landespolitik zählten zum Kundenkreis. Seine PR - Storytelling Platzierungen in Print- und Radio sowie Fernsehen erhielten eine hohe Aufmerksamkeit. Andreas Vones weiß, was sich Redaktionen wünschen und wie erfolgreiches Storytelling funktioniert.

www.avtp.de/workshops

Beachten Sie auch die Workshops mit Doreen Remer